

销售培训计划

销售培训计划(合集 15 篇)

时间过得可真快，从来都不等人，迎接我们的将是新的生活，新的挑战，该好好计划一下接下来的工作了！好的计划都具备一些什么特点呢？以下是小编为大家收集的销售培训计划，仅供参考，希望能够帮助到大家。

销售培训计划 1

一、培训目的

本方案属于新员工入职制度之一，在于帮助新入职员工快速融入公司企业文化，树立统一的企业价值观念，行为模式，了解公司相关规章制度，培养良好的工作心态，职业素质，为胜任岗位工作打下坚实的基础。

1、为新员工提供正确相关的公司及工作岗位信息，增强新员工走入市场信心。

2、让新员工了解公司产品知识，更快进入工作状态。

3、让新员工了解公司历史、政策、企业文化、树立对公司信心和期望。

4、让新员工感受到公司对他的欢迎，让新员工体会到归属感。

5、使新员工明白自己的工作职责，加强同事之间的关系。

6、提升新员工解决问题的能力及提供寻求帮助的方法。

二、培训人员职责

1、对新人须全心全意的进行岗位专业知识传授和指导。

2、根据培训时间对新人在过程中，予以成绩考核及技能评估。

3、培训人员应及时将新人工作中表现及时反馈人事部。

三、新员工

1、严格遵守公司各项规章制度。

2、虚心、认真的接受培训师人员的教导和安排。

3、严格执行岗位操作标准和制度。

4、每周、月对本岗位工作内容、工作成绩、建议及个人心得以书

面的形式交予人事部。

四、新员工培训安排明细表如下：

（略）

销售培训计划 2

一、培训目标

1、增长知识：销售员肩负着与客户顾客沟通产品信息，搜集市场情报等任务，因此，必需具有必定地知识层次，这是培训地主要目标。

2、提高技能：技能是销售员运用知识进行实际操作地本领.对于销售员来说，技能地提高不仅仅在于具备必定地销售能力，如产品地介绍、演示、洽谈、成交等方面技巧地提高，还包含市场调查与分析地能力，对经销商提供销售援助地能力与客户沟通信息情报地能力等等。

3、强化态度：态度是企业长期以来形成地经营理念、价值观念和文化环境.通过培训，使企业地文化观念渗透到销售员地思想意识中去，使销售员热爱企业、热爱销售工作，始终保持高涨地工作热情。

二、培训的负责人和培训师培训讲师和内部经验丰富、业绩高的销售人员

三、培训的对象从事销售工作对销售工作有一定的认知或熟悉销售工作的基层销售人员

四、培训的内容

1、销售技能和推销技巧的培训：一般包括推销能力(推销中的聆听技能、表达技能、时间管理等)、谈判技巧，如重点客户识别、潜在客户识别、访问前的准备事项、接近客户的方法、展示和介绍产品的方法、顾客服务、应对反对意见等客户异议、达成交易和后续工作、市场销售预测等等。

2、产品知识：是销售人员培训中最重要的内容之一。产品是企业与顾客的纽带，销售人员必须对产品知识十分熟悉，尤其是对自己所销售的产品。对于高科技产品或高科技行业来说，培训产品知识是培训项目中必不可少的内容。具体内容包括：本企业所有的产品线、品牌、产品属性、用途、可变性、使用材料、包装、损坏的原因及其简

易维护和修理方法等，还包括了解竞争产品在价格、构造、功能及兼容性等方面的知识。

3、市场与产业知识：了解企业所属行业与宏观经济的关系，如经济波动对顾客购买行为的影响，客户在经济高涨和经济衰退期不同的购买模式和特征，以及随宏观经济环境的变化如何及时调整销售技巧等等。同时了解不同类型客户的采购政策、购买模式、习惯偏好和服务要求等。

4、竞争知识：通过与同业者和竞争者的比较，发现企业自身的优势和劣势，提高企业的竞争力。具体包括：了解竞争对手的产品、客户政策和服务等情况，比较本企业与竞争对手在竞争中的优势和劣势等。

5、企业知识：通过对本企业的充分了解，增强销售人员对企业的忠诚，使销售人员融合在本企业文化之中，从而有效的开展对顾客的服务工作，培养顾客对企业的忠诚。具体包括：企业的历史、规模和所取得的成就；企业政策，例如企业的报酬制度、哪些是企业许可的行为和企业禁止的行为；企业规定的

广告、产品运输费用、产品付款条件、违约条件等内容。

6、时间和销售区域管理知识：销售人员怎样有效作出计划，减少时间的浪费，提高工作效率；销售地图的正确利用、销售区域的开拓和巩固等。

五、培训的时间期限

共计六天，根据实际情况可适当调整

六、培训的场地

专业的培训基地、正规培训室，具有音响系统，白板，白板笔

七、培训的方法

1、讲授法：应用最广。非常适合口语信息的传授。可同时培训多位员工，培训成本较低。缺点是学员缺乏练习和反馈的机会。

2、个案研讨法：提供实例或假设性案例让学员研读，从个案中发掘问题、分析原因、提出解决问题的方案。

3、视听技术法：运用投影、幻灯片及录像进行培训。通常与演讲

法或其他方法一同搭配进行。

4、角色扮演法：给受训人员一个故事让其演练。让其有机会从对方的角度看事情，体会不同感受，并从中修正自己的态度和行为。

5、户外活动训练法：利用户外活动来发挥团体协作的技巧，增进团体有效配合。但需注意某些课程的安全问题，另外培训费用也较高。

八、培训预算

培训讲师

培训场地

培训材料

餐饮住宿

其它

合计

费用

2500 元

500 元

500 元

1000 元

500 元

5000 元

销售培训计划 3

一、指导思想

通过深入开展食品安全法律法规和案件警示，增强食品经营者的法律意识和诚信责任。广泛普及食品安全，提高食品安全的辨假识假和预防应对风险的能力，提高监管人员的责任意识、业务素质和管理水平。营造人人关心、人人维护食品安全的良好氛围。

二、工作重点内容

(一)对我县区域内酒类、肉类生产经营企业、商户集中进行食品、警示教育、相关的培训，主要从事生产经营活动的人员保障每人每年不少于 40 小时培训时间，确保生产源头食品安全。

(二)商务综合执法大队人员集中进行食品安全监管专业培训，每人

每年不少于 x 小时的培训时间，确保执法的准确性和实效性。

(三)食品安全宣传教育，重大节假日前将酒、肉类食品安全管理的《条例》、《办法》以宣传单、牌匾的形式进行发放和公示，并设立展位现场讲解酒、肉类食品安全的相关法律法规，以及酒类真伪辨别的相关知识。使食品安全深入人心。

三、教育培训进度安排

(一)工作部署阶段。结合我局职责，制定具体的教育培训工作，明确 20xx 年食品培训重点工作内容和意义。

(二)工作实施阶段。x 月 x 日至 x 月 x 日，认真组织实施教育培训工作方案，按照计划安排开展教育培训工作。

(三)阶段。x 月 x 日至 x 月 x 日，对食品安全教育培训工作开展情况，尤其是本辖区或监管领域内是否完成 20xx 年工作目标及取得的成效进行全面总结。

四、工作要求

(一)认真组织，切实落实。食品安全是民生的重中之重，我们一定要认清其重要性，认真组织、落实方案，严格按照计划执行，将食品安全深入人心，将食品安全工作落实到位。

(二)科学分工，层层落实。有分工的进行落实方案。把每项培训任务分工到科室，有序的进行组织，做到点面结合，统筹进行。

(三)建立培训评价机制。把培训内容、实际效果、平时抽查情况多点结合作为培训成果检验标准。确保培训的实效性。

(四)倡导、鼓励开拓创新，积极推动开展食品安全教育培训示范点创建活动，总结，逐步推广。

销售培训计划 4

房地产行业经过了比实力、拼品牌、斗景观之后，新一轮的竞争正渐渐地转变为由硬件的竞争升级到软件的竞争。因此企业在做好硬件方面的有关事项之后，必须要把精力集中在软件方面，销售人员作为现在房地产软件战斗中的核心队伍，其战斗力显得尤为重要。战斗前的准备——培训将成为日后战斗成败的关键要素。

步骤一：地产精英需要技术的培训

随首产业结构、科技时代、消费模式、社会价值观等诸多方面的变化，服务的技术和素质要求成为确保服务质量的关键。提高技术水平，改善服务技巧是各个服务机构的核心工作，因此，学习、学习、再学习、培训、培训再培训成了我们日常管理的最重要的一个环节。

策略 A：培训的三大要战剖析

1、销售技巧、服务技能、礼仪、结构、建筑、设计、风水等专业课程和相关的法律法规等专业培训，面向全体员工。

2、财务会计、经济分析、计算机、网络、心理学等管理技能培训，主要面向公司拟培养的业务骨干。

3、会议组织、沟通与交流方式、绩效评估、合作与效率、销售组织与管理等领导技巧方面的培训，主要针对公司业务骨干与中层干部。

培训的目就是为了整合目标与理念、提高素质、统一行动和提高效率。对于服务机构来讲，效率是第一位的，员工也是第一位的。有了一大批技术能手成为公司的业务骨干，公司的发展就有基本的保障。

策略 B：培训计划的探讨

1、培训工作的战略思想

紧紧围绕中心工作目标来规划全年工作，始疑义有极高的站位，胸怀中心全局，在培训养人才大事上始终不懈怠。通过循序渐进的培训方式，将知识转变成技能，将要求转变成素质，将技能与素质化为财富，培养一批地产精英，为公司更上一个台阶做好人才储备。

2、培训工作目标

培养骨干人才，适应公司成长；

建立学习团队，营造成功环境；

形成培训模式，弘扬企业文化。

3、培训任务

通过培训，普遍提高管理者管理水平和业务人员的专业技能；建立和完善新员工培训体系、管理者技能培训体系，业务技能培训体系、能力与素质提升体系；形成良好的学习氛围和习惯，建立一支学习能力、适应能力、应变能力和操作能力强，对公司忠诚的员工队伍。

4、培训方式

采取部门培训、普通培训、骨干培训和高级培训相结合的方式。部门培训是部门员工均必须参加的培训，主要内容以提高专业技能为目的来设置；普通培训是为全员设置的交流培训，主要学习讨论公司规章制度，优质服务课程以及多元化法律专题讲座和多种咨询服务，档案建设技巧等课程；骨干培训是为公司的中流砥柱——骨干员工所设置，课程的内容是围练能力提高和素质训练来进行；高级培训为部门负责人设置，主要目的是提高管理者管理技能和水平。

骨干培训名单由培训部门负责人审批，报办公室培训主管备案；高级培训名单由总助审批，报办公室培训主管备案。普通员工参与骨干和高级培训均须通过审批程序来进行。

培训形式有教授、讲座、调研、模拟、考试、参观、考察、深造等。培训师资包括公司培训的专职培训人员，公司合格的管理者以及外请的专家、教授以及同业资深人士。

策略 C：考核的办法

1、培训采取学分制，参加不同的培训须得到相应的学分。三级职员一年须满 60 分，二级职员须个满 75 分，一级职员须修满 90 分，部门助理以上负责人须修满 105 分。

2、配合一线专业需求，部门培训设置“发牌制精英课程”。课程每 6 个月循环一次，学习完后，经考核通过发给“资格认证书”。评估部、交易部、市场管理部、策划部、信息研究部人员持证上岗。

3、对于培训效果每一季度考核一次。不参加考核者一次做旷工半天处理，考核不合格者不得该项考核学分。

步骤二：地产精英售前有效培训

售楼员是销售的具体执者，因此，培训是必要的，其目的正是为日后销售的战斗作好充分的准备。其具体方式包括以下两种：

策略 A：现场的服务培训

按照整合营销的思想，销售队伍的形象、服务方式必须与项目形象一致，因此销售人员应统一着装、统一形象。在服务态度上，要不卑不亢、平等相待，类似于名牌专卖店的服务风格（可请五星级宾馆

培训)。同时老业主、员工、合作伙伴、股东都是销售队伍的一员，对公司员工应进行培训，统一口径；对老业主、合作伙伴，则通过联谊会等传播信息，以通过他们向外扩散。同时，加强楼盘卖点，制定奖励措施，鼓励公司全员销售，调动销售人员的积极性。

策略 B：专题的培训活动

建立更有战斗力的营销团队，需要更加有效的培训机制和激励机制相配套。必须要从基础做起，开展专题培训活动，以期建立一支能打硬仗，爱学习、会学习的营销团队。

1、培训——基础性的企业管理工作

地产公司的培训工作必须建立自己的特色，建立与完善培训制度。

首先是要建立具有较强组织策划能力的培训小组，调动员工自觉参与学习、培训的积极性。其次是要有系统可行的培训计划与主题，在培训方式与内容上确保培训效果。第三是要有一定特质或资金保证。

地产公司的素质培训活动分阶段进行，先是导入期和强化期。可邀请地产公司或其他专业人士作短期集中培训，然后是持续和自我培训期。这是一项长期持续的过程，从而建立自己特色的培训制度。

2、培训——21 世纪战争致胜的法宝

市场的竞争正是人才与团队战斗力的竞争。商战竞争的现实告诉我们，有效有培训与激励机制，正是新世纪市场营销致胜的法宝。市场营销专家警言：“培训，正是为了迎接全员营销时代的到来！”21 世纪地产市场营销，已步入全员营销的时代！必须要有真正适应 21 世纪社会发展的人才队伍。卖楼，也绝不仅仅是销售人员的事，而是公司上下、全体员工、从规划、调研、设计、建筑、采购、销售、后勤、物业、管理等全过程的协作与创造。除了制度与规定约束外，培训是实现这一共同目标的捷径！

步骤三：销售精英四大准则培训揭秘

准则一：寻求客户心理的突破口

- 1、了解客户对楼盘的兴趣和爱好
- 2、帮助客户选择最能满足他们需要的楼盘
- 3、向客户介绍所推荐楼盘的优点

- 4、回答客户提出的疑问
- 5、帮助客户解决问题
- 6、说服客户下决心购买
- 7、向客户介绍售后服务
- 8、让客户相信购买此楼盘是明智的选择

准则二：迎合客户的最佳途径

- 1、热情友好、热情接待
- 2、提供快捷的服务
- 3、有礼貌与耐心
- 4、介绍所购楼盘的优点及适当的缺点
- 5、耐心倾听客户的意见和要求
- 6、能提出建设性的意见
- 7、能提供准确的信息
- 8、帮客户选择合适的楼盘和介绍服务项目
- 9、关心客户的利益，急客户所急
- 10、竭尽全力为客户服务
- 11、记住客户的偏好
- 12、帮助客户做出正确的选择

准则三：明确自己的岗位职责

- 1、积极主动向客户推介公司楼盘
- 2、按照服务标准指引，保持高水准服务素质
- 3、每月总结销售业绩
- 4、保持服务台及展场的清洁
- 5、及时反映客户情况
- 6、准时提交月结
- 7、培养市场意识、及时反映竞争对手的发展动向
- 8、爱护销售物料，包括公卡、工衣等
- 9、不断进行业务知识的逢我补充与提高
- 10、严格遵守公司的各项规章制度
- 11、服从公司的工作调配与安排

态度可以大致地解释为我们向外在世界表达感觉的方式。态度的主要万分是感情或感觉，所以我们常常把态度描绘成积极的、自信的、焦虑的、受挫的、进取的、消极的等等。这引起都是我们内部感觉的外部表现形式。

一般说来，态度既不能从学校中学来，也不能通过日常工作中的实践学到。它们是我们整个生活的产物，因此它戴上面具，用世故的客套来加以掩饰，但即使这样也需反复操练，并常常会造成一些压力。无意识中我们也放将一些消极、侵犯或酸溜溜的态度传给了客户。结果这种态度对双方都带来了影响。

我们在见到客户之前要意识到并使这三个要素达到最佳水平。如果其中的一个达到标准，我们就很难在洽谈时达到预期目标，而且很可能会造成我们完全可以通过事先预备而避免的困境。尤其是在那些对检验有更多要求领域，更要注意我们的态度，更要注意我们的态度，因为我们的态度会随着一天内所经历的事情而时常变化。

步骤六：如何避免企业培训陷入“无解”方程

组织和管理员工培训需要从一开始就与企业的发展目标或子目标联系在一起，从而使员工培训的投入是集约化的、是高效的。另一方面，员工培训又是自居体系的，在时间、内容等方面是相对独立的'，因此，对员工培训要做专项研究、专门看待。一定程度上，特别是定位于“综合素质提高”的培训，要游离于企业的日常工作，以期取得最佳效果。

以培训售楼员为例，我们试列一个方程式：

成功的培训=明确宗旨目标+确立培训议程式+培训预算+培训的有效组织

策略 A：明确宗旨和目标

即培训的大政方针是什么，期望值是什么。可以是全面的培训，也可以是分解式的、技术性的培训，所期望达成的目标也有大有小，正如同做股票的人有长短线的取舍，这一点是至关重要的！

策略 B：确立培训方式

从便于组织、节约开支方面，还是从知识灌输、双向沟通等方面都有着显而易见的益处。只是问题有：**a**、请谁来讲授；**b**、讲授效果怎么评价；**c**、讲授内容谁来定。如“谈判技巧”的内容是商业心理学为主还是以实战分析为主？是高屋建瓴式的，还是解剖麻雀式的？——在这些问题上一定要采取程序化的操作，即先解决什么，再解决什么，最后解决什么，操作以效用最大为原则！

C：预算

不做预算的培训一定是失败的培训！懂得经营的企业领导必须懂得投入的重要性。这不仅表现在间接的投入上（如工作时间被子压缩），更表现在员工培训直接相关的经费投入——组织费用、专家费用、信息资料费用等等。如果采取封闭式的培训，还会发生食宿费用、差旅费用等。为保证培训工作的圆满完成，需要提前做好准确的预算。不做预算、或预算规模与培训工作有着巨大缺口时，其它方面的努力都很难取代“钱”的分内工作。

策略 D：培训工作的事中组织

培训的事前组织工作是十分重要的，事中组织也同等重要！将培训的内容传授给员工是容易，但让员工依此形成心得则是困难的。况且推销工作今后面对的人复杂、城市复杂、文化背景复杂，这些需要大量的感性认识积累，培训是替代不了的。但也正是因为售楼员将面对多变，所以他们需要掌握原则、拥有思路，并且能够激发想象、产生创造力！故而，要求参训人员积极地投入，积极地思考是非常重要的。这一定程度上要依赖组织工作，即组织者的督促作用。

想像在这一方程式上，再加上一个企业营销活动的变量，员工培训就是“有解”了

销售培训计划 5

很多行业在销售过程中都会遇到一个淡旺季的问题，手机行业也不例外。如果是旺季，不用说，大家都皆大欢喜。可是往往旺季只是昙花一现，更多是漫长的萧条期。那么我们该如何应对手机行业里的淡季呢？

要考虑的问题，然后我们得学会遵从“旺季做销售，淡季做管理”的管理思想；第三，我们要考虑的就是如何为旺季来临做好准备。

面临淡季，经过暑假的学生购机热潮和国庆黄金周的销售爆破，消费需求减少；厂家、代理上减少了广告促销的费用预算，零售卖场总部在这方面的费用同样锐减。那么处于公司压力和需求减少的夹层的门店管理者该如何保持淡季不淡呢？

商者逐利，是我们无法回避的现实，作为零售管理者，我们的责任是想尽一切办法把钱从顾客的口袋拿出放进自己的钱囊，这就是我们要追求的毛利，但为了更长远的打算，也就是能长期的拿钱，我们又必须适当放弃一部分毛利，作为扩大市场占有率和更有效的拉拢顾客，夸大销售的筹码，这就是我们要说的量利均衡，那么我们如何做到，我想要从以下几个方面简单阐述：

1、库存梳理

库存是头痛的问题，做生意不可能没有库存。库存多了不好，库存周转率降低，积压资金，甚至部分库存因为走势不好沦为滞销品；库存少了也不好，库存少了就是应该赚的钱没有赚到，库存结构不合理也势必影响销售，那么库存梳理是保持淡季不淡的首要任务

我们首先要对库存进行 ABC 分析，把商品分为以下几类，A 是既能跑量又能创造高毛利的；B 是不能跑量但能创造高毛利的和能跑量但毛利不高的、C 是没利润，但能跑量的、最后是没毛利不跑量的，对于 A 类商品，我们一定要保证足够多的库存；B 类商品保证有货，能持续不断货；C 类库存，我们一定要尽快处理，能退则退，不能退的通过促销、降价等方式尽快处理。

其次，我们提高周转率，根据实际行情结合销售经验，提高单位产出，对于 A 类商品，我们一定要放在最好的位置，出样陈列，并进行适当的人员布置，大进大出。

最后，我们一定要充分理解先进先出原则，通过一系列手段保证先进先出，减少库存滞压，这里要特别处理 C 类商品，因为其中可能

注意对该类商品的处理。

2、有效激励

现在的消费者太难搞定了，营业员在店里日行万里，更有甚都讲的口吐白沫，无论是优秀的营业员还是一般的营业员，都是很辛苦的。在感谢营业员的同时，提高营业员的积极性，对员工进行业务分组，将新老员工、优秀和一般的进行分组搭配，对优秀组合进行适当奖励，这样一能起到传帮带的作用，又能激发员工销售积极性。当然奖励的方式很多，包括分班评比、A类商品销售奖励、毛利奖励……

但这时候一定要注意一个问题，就是前面提到的量利均衡，销售淡季时，经常在门店看到这样一个现象，不管是员工，还是门店管理人员，看着店里生意惨淡，就似乎忘记了毛利才是给大家发工资的根本，看见有顾客，推介的产品都是好卖的商品，而恰恰最好卖的东西，可能就是毛利最低的商品，再或者就是看见有些毛利，顾客一讲价，马上就放了……而这恰恰步入了一个误区，越是在销售旺季，我们可以大胆的放量，因为这时候进店的客人多，这个没成，我们还有补充的客源，但淡季不一样，走了一个顾客就少了一个顾客，也就缺失一份毛利，我们这时候就一定要重点做好转换、转移工作（低毛利转高毛利），要求营业员做好守门员工作，学会主动出击，重点推介 A 类商品。

3、宣传和营销政策

作为老板（如果是店长可向公司申请）可采取做一些特殊的促销，以扩大手机店的知名度，为门店吸引客流提高销量。那么有人要问了，促销，做什么促销呢！我个人认为，促销可分为长期型如：生日促销：但凡进店买手机的用户只要凭身份证在自己生日购买手机的可享受一定的折扣优惠或送一些特殊的礼物。此一举不但体现了商家对客户的人文关怀。而且会在客户心中留下一个比较好的印象，只要赢得了客户的心，何愁他不会再次光顾，甚至介绍身边的朋友来。短期型如：周末特价机拍卖，每周 2 款超低特价机型限量销售幸运抽奖，猜谜，等有互动性的小游戏等记得准备小礼品哦；其次有组织的安排员工到

还有记得在销售过程中留下客户的联系方式和姓名等信息，公司有什么新产品，搞什么促销活动一定要通知他们。增加与老顾客的沟通，让这些客户知道。我们一直没有忘记你。这样也会给顾客留下一个较深的印象的。还有一定要了解当地主要消费群体的大概发工资的时间，在他们发工资的前一周开始做大量的宣传工作，包括海报，宣传单页，短信对老客户回访等工作。抢先一步让这些发了工资想买手机的了解本店的相关营销政策和精品推介。

不过酒香也怕巷子深，我们有活动就一定要通过各种途径告知顾客，比如 **POP**、短信平台、电话回访、横幅等等。

旺季的时候，大家都在忙，都在计算自己的高额薪水，满心喜悦，自然精神饱满，激情高涨，自然在各方面都能配合公司政策，顾客也能受到感染，销售成功率自然提高，反之，到了淡季，淡季来临，门庭冷落，很对战斗在一线的员工经常会跟我这样说：我们不怕忙，就怕闲，一闲就想睡觉。是啊，也就是这样，我们的员工就会慢慢的放松自己，一些意识包括组织纪律、礼仪形象等。而正是因为这些东西的缺失，员工的信心不足了，积极性也没有了，顾客的销售欲望自然也就大打折扣了。那么我们这时候，我们充分理解忘记做销量、淡季抓基础的管理思想。作为管理者，就一定要赶走员工的瞌睡虫，提高员工积极性。这时候，我们就更要纪律严明，做好 **6S** 管理，进行企业文化培训考核。

在正常的上班时间：店长一定要有目的地制造很好的气氛，要制造一种店内和谐、热烈的购物气氛，增加员工间的团结和互助性，让员工生活在一个温暖的大家庭里。做好产品摆设、吊旗，堆头以及门面的修饰、门店卫生、物品整理等。如果是一家有规模的店，一定要加强礼仪规范，服务的热情和周到。并坚持它们。还有一个细节很重要，就是店内的音乐。如刚上班，或者中午上班的时候，一定要播放一些比较有激情的歌曲。在快下班的时候放一些舒缓的曲子。根据不同的时间，播放不同的音乐也一定会达到不同的效果！还有每天 2 会

一天的工作完成量和经验做一个总结。只有不断总结的人才会比别人成功的更快。这样保证每天都有进步。何愁生意不好！

员工培训和激励：请各位老板，店长谨记店员永远是店里最大的财富。那么怎么样让这些财富来赢得更多的财富呢，只有提高员工素质和销售技巧。所以各位老板店长一定要有目的、有组织系统的让员工学习新的营销政策和销售技巧。在日常的工作中不断应用，发挥和完善这些技巧。反复在工作中出现的问题，要相互交流共同探讨解决。要温故而知新，对员工手册要组织员工在人流量少的时候和晚会上集体学习。加强员工的参与性，让员工对公司新的营销政策出谋划策提高员工的主人翁意识。激励：激励什么？为什么要激励。试想一下一匹千里马如果你只让他日行千里，不给他及时补给饲料，只给他鞭子，不给他爱护。他还会为你日行千里吗，一定不会。所以一个好的老板或店长应该时常从物质和精神上给与员工激励。这样他才会成为你忠实的千里马。

产品到达消费者手中，最关键的是人！人是主宰万物的神。销售过程中人所涉及到计划任务、销售技巧、促销等众多因素。所以，在淡季，我们要练好内功，为旺季的来临做好准备，利用淡季，对人员进行调整 and 培训。销售行业，人员的流动性是最大的。虽然江山代有人才出，但员工实力参差不齐，对于长期培训仍然不能得到提升的，要坚决予以换岗或者做其他处理。而对于留下的员工，则一定要优待并根据各自不同的特点，进行培训。

销售培训计划 6

1、体能的训练

做为公司的销售工作人员没有好的身体是不行的，大家都知道 身体是革命的本钱 这句话，销售的工作挑战性强，南征北战是家常便饭，加上长时间生活没有规律，所以销售工作人员的身体素质十分重要。记得有一家公司聘请了一位非常有销售经验业务工作人员，这位销售工作人员由于以前长期在外，没注重个人卫生，得了肝炎。当这家公

司正要进行全国销售渠道建设的时候，却因为这位的肝炎传染了好几位同事，顿时销售部一下瘫痪了，连客户都纷纷回避此公司所有的来人，害怕传染得病。由此可见，锻炼销售工作人员的身体是企业不可忽视的大事。

2、产品知识的培训

销售工作人员首先对自己销售的产品知识这一块，当然知道的越多越好，产品口感，包装，价格，功能等，但不是说产品知识培训越多越好，因为销售工作人员接受过多产品知识培训，而竞争，客户知识，销售技巧方面有可能被忽视，销售工作人员主要的任务是：销售。在和经销商交易中，经销商往往比销售工作人员更有经验和产品知识，这些人行业中的专业人。通过产品知识培训教会销售工作人员在签定合同或协议书时所需要的知识，对于客户提出深奥的产品知识问题，而销售工作人员可向企业内部专家咨询，上营销管理类网站等等来求教获得。许多企业把销售工作人员放到客户那里学习直接经验，那可是销售的前线战场，让他们学习如何满足客户的需求，消费者需求，如何解决问题，处理销售中的突发事情。锻炼一个时期，具体时间长短由企业而定。

3、销售技巧的培训班

销售工作人员学习销售技巧的方法有很多：讲师讲课，相关书籍，企业完整的教材。如寻找客户，挖掘潜在客户的技巧，产品介绍技巧，处理被拒绝和成交技巧，资金回笼技巧等。没有培训的销售工作人员往往认为光凭产品特征，能给客户带来多大利润，就可于客户达到共识。在现代的市场经济下，好的客户经销商并不是一味的追求利润最大化，他们更大程度上是想通过经销企业的产品，而获的更完善，更优质的服务，学习企业的先进管理经验，学习完善的制度，这些是经销商所需要的。销售技巧最重要的课程是克服拒绝。销售的第一课是从被拒绝开始的。一个常用的方法，在销售培训课上，培训师用种种理由，千方百计的拒绝每一位销售工作人员，最后判定通过拒绝这节课，会变成一幕有意义的回忆，产生许多新思维，每一个人都有启发，各种各样的客户，各种各样的问题，使销售工作人员得到锻炼和进步。

4、研究对手信息班

通过各方方面面信息搜集，了解同类产品成本，功能，交货期，促销手段，市场价格，消费者意见，用表格化形式，找出它们优势，劣势。结合自己销售的产品的特点，扬长避短，发挥自己产品独特优势，知己知彼，百战百胜。

5、经理言传身教班

实地培训，是最直观的，市场是最好的课堂，地区经理与销售工作人员一起出差，工作。现场观察销售工作人员与客户打交道的表现，评估销售工作人员关于产品知识，销售技巧，竞争技能等。销售结果是最好的答卷。现场教导是地区销售经理最重要的职责，因为销售业绩的获得是每一个销售工作人员共同努力奋斗的结果。地区经理不是看他一个人的才华，而是去看他下边是不是有一群优秀的团队。地区经理每月最少一次和销售工作人员一起共同工作 3--5 天。因为现场教导是推动销售培训，激励销售工作人员，找出销售工作人员好的方面和做的不好的地方，并强化那些前边所学的技巧与知识。这样才能构成真正的培训。

6、年底的聚会和大餐

年终一次的销售工作人员聚会非常重要，他们平常很难见面，因为他们在全国各地，他们需要互相帮助，互相学习，互相交流工作经验和沟通，同时举办游戏，使每一个销售工作人员融为一体，成为大家庭成员，增加企业凝聚力。聚会开始，当然由老板总结过去一年的销售情况，和明年的销售计划，让每一位销售工作人员讲述在一年中最精彩的，最难忘的，最困难的或最有成就的一件销售故事。最棒的由企业送精美礼品，或着颁发奖金，激进销售工作人员努力奋斗！大多数公司在年底都要聚一次餐，这也说明企业对销售工作人员一年来努力工作的关心。

这样，每一位聚会的销售工作人员，一定会希望来年再参加聚会，一定会更加努力！

销售培训计划 7

搞好销售人员培训，必须制订培训计划、销售经理在组织制订培

训计划时，要确定培训内容、培训方式及培训的时间安排等问题。

（一）培训的内容、

一个企业销售人员的培训计划内容，常因工作的需要及销售人員已具备的才能而异，一般包括以下内容：

- 1、企业一般情况介绍。
- 2、销售产品的有关知识。
- 3、有关产品销售的基础知识。
- 4、有关销售的技巧性知识。
- 5、有关销售市场的知识。
- 6、有关行政工作的知识。
- 7、有关顾客类型的知识。

（二）培训的方式、

销售经理要根据本企业的实际情况确定销售人员培训的具体方式、常用的培训方法主要有以下几种：

1、在职培训：在职培训要求销售人员一边工作，一边接受培训、这种方法既不影响工作，又提高了销售人员的素质，增强了他们的业务能力，是一种最常用的方法。

2、个别会议：由接受培训的销售人员个别参加讨论的会议。

3、小组会议：由若干接受培训的销售人员成立小组参加讨论的会议。

4、个别函授：企业培训部门根据具体情况，分别函授各个销售人员。

5、销售会议：有意识地让销售人员经常参加企业内部召开的销售会议，以达到培训的目的。

6、设班培训：企业定期开设培训班，系统地对销售人员进行培训。

7、通讯培训：利用通讯器材对销售人员进行培训。

（三）确定培训的时间、

销售经理在确定培训实践时，既要保证培训的效果，又不能过分地影响企业的正常业务、根据销售人员所处的不同职业阶段，培训时间可划分为：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/017066166131006160>